

## Оглавление

Предисловие к русскому изданию . . . . .	10
ПРЕДИСЛОВИЕ . . . . .	17

### Часть первая

#### ПОКУПКА ЛАБОРАТОРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

<b>1. Выбор лабораторного оборудования. . . . .</b>	<b>25</b>
1.1. Модульные системы . . . . .	30
1.2. Монолитные системы . . . . .	32
1.3. Автоматизация . . . . .	34
1.4. Архивирование и восстановление данных. . . . .	36
<b>2. Покупка: шаг за шагом . . . . .</b>	<b>38</b>
<b>3. Технические характеристики аналитических приборов . . . . .</b>	<b>48</b>
3.1. Специализированные приборы против модульных систем . . . . .	49
3.2. Важнейшие характеристики лабораторных приборов . . . . .	51
3.2.1. Универсальное лабораторное оборудование . . . . .	51
3.2.2. Спектральные анализаторы . . . . .	52
3.2.3. Разделительные системы . . . . .	53
3.2.4. Аналитические хроматографические системы . . . . .	53
3.2.5. Устройства для автоматизации . . . . .	54
3.2.6. Выбор масс-спектрометра . . . . .	55
3.3. Возможности специализированной аналитической аппаратуры . . . . .	57
<b>4. Как получить наилучшую цену . . . . .</b>	<b>59</b>
4.1. Котировки цен . . . . .	60
4.2. Контроль цен администрацией правительственной службы (GSA) . . . . .	60

4.3.	Выбор приборов . . . . .	61
4.3.1.	Подгонка нужд к бюджету . . . . .	62
4.3.2.	Учтите обслуживание и поддержку . . . . .	64
4.4.	Скидки на демонстрационное оборудование . . . . .	65
4.5.	Скидки в виде добавленных услуг. . . . .	66
4.6.	Модульная ловушка. . . . .	67
4.7.	Покупка подержанного оборудования. . . . .	67
4.8.	Гарантии при покупке новой системы . . . . .	68
<b>5.</b>	<b>Гранты и конкурсы . . . . .</b>	<b>70</b>
5.1.	Обоснованные конкурсные спецификации. . . . .	71
5.2.	Отношения со службой закупок. . . . .	72
5.3.	Использование цен от <i>GSA</i> . . . . .	73
5.4.	Скидки при большом объеме покупки. . . . .	74
<b>6.</b>	<b>Поддержка со стороны производителя приборов . . . . .</b>	<b>76</b>
6.1.	Демонстрации и семинары на объекте. . . . .	77
6.2.	Курсы обучения пользователей . . . . .	80
6.3.	Лаборатории поставщика по разработке прикладных решений . . . . .	81
6.4.	Технически подготовленный торговый представитель . . . . .	81
6.5.	Технические совещания, спонсируемые поставщиком . . . . .	82
6.6.	Послепродажная поддержка. . . . .	83
<b>7.</b>	<b>Обслуживание лабораторных приборов . . . . .</b>	<b>90</b>
7.1.	Качество — требование номер 1, качественное обслуживание — требование номер 2 . . . . .	90
7.2.	Проблемы аппаратные и методические . . . . .	92
7.3.	Диагностика в обратном порядке . . . . .	94
7.4.	Источники техобслуживания . . . . .	96
7.5.	Запас запчастей . . . . .	97
7.6.	Диагностика заземления и проблем, вызванных статическим электричеством . . . . .	98
<b>8.</b>	<b>Вторая жизнь системы . . . . .</b>	<b>101</b>
8.1.	Переделка в специализированную систему . . . . .	101

8.2.	Приборы для обучения операторов . . . . .	105
8.3.	Дарение приборов университетам . . . . .	107
8.4.	Продажа оборудования, бывшего в эксплуатации . . . . .	108
8.5.	Утилизация металла . . . . .	109

## Часть вторая

### РУКОВОДСТВО ПО ПРОЦЕССУ ПРОДАЖ

<b>9.</b>	<b>Покупка взаимоотношений . . . . .</b>	<b>113</b>
9.1.	Взаимоотношения выигрыш—проигрыш . . . . .	114
9.2.	Взаимоотношения выигрыш—выигрыш . . . . .	117
9.3.	Покупка «железа», сервиса и поддержки . . . . .	118
9.4.	Преимущества рентабельного поставщика . . . . .	120
9.5.	Получить то, за что платили и что требовалось . . . . .	121
<b>10.</b>	<b>Обоснование покупки. . . . .</b>	<b>123</b>
10.1.	Эмоциональные решения . . . . .	123
10.2.	Как выбрать правильное оборудование . . . . .	125
10.3.	Цель принятия решения . . . . .	127
10.4.	Как достичь решения о покупке . . . . .	128
10.5.	Подготовительные переговоры о возможности продажи (КПДПС) . . . . .	130
<b>11.</b>	<b>Эффективность деловых визитов . . . . .</b>	<b>134</b>
11.1.	Обучение торгового персонала . . . . .	134
11.2.	КПДПСЕ (ААТ) . . . . .	137
11.2.1.	Вербальное—визуальное отнесение . . . . .	137
11.2.2.	Как работать с разными категориями покупателей . . . . .	139
11.2.3.	Активные точки мотивации . . . . .	141
<b>12.</b>	<b>Возражения в процессе продаж . . . . .</b>	<b>143</b>
12.1.	Продажа на систематической основе. . . . .	143
12.1.1.	Создание доверия . . . . .	145
12.1.2.	Как помочь осознать желание или необходимость . . . . .	147

12.1.3. Как показать, что ваше оборудование поможет . . .	150
12.1.4. Как создать срочность покупки . . . . .	150
12.2. Пользование инструментами продаж . . . . .	153
12.3. Использование демонстрационного оборудования . . . .	154
<b>13. Продажа: шаг за шагом. . . . .</b>	<b>157</b>
<b>14. Заключение сделки . . . . .</b>	<b>164</b>
14.1. Пробное завершение продажи . . . . .	166
14.2. Манипулятивное завершение продажи . . . . .	168
14.3. Окончательное завершение сделки и завершение несостоявшейся сделки. . . . .	169
<b>15. Законы продаж . . . . .</b>	<b>172</b>
15.1. Продавцами не рождаются — продавцами становятся . .	172
15.2. У вас есть только один шанс произвести хорошее первое впечатление . . . . .	173
15.3. Дело продавца — задавать вопросы, а не делать заявления . . . . .	175
15.4. Страх потери важнее стремления получить выгоду . . . .	176
15.5. Если вы не просите, значит получаете ответ «нет» . . . .	177
15.6. Больше слушайте, меньше говорите . . . . .	178
15.7. Возражения — признак интереса . . . . .	179
15.8. Не вступайте в спор — просите уточнить. . . . .	180
15.9. Язык тела может разрядить напряженность . . . . .	181
15.10. Эмоциональная покупка и логическое обоснование . . .	183
15.11. Люди хотят быть справедливыми . . . . .	184
15.12. Честность — хороший бизнес . . . . .	185
15.13. Никогда не критикуйте конкурента . . . . .	185
15.14. БСБТВМ . . . . .	186
15.15. Качество или цена. . . . .	186
15.16. Слово «продавать» происходит от слова «служить» . . . .	187
<b>16. Решение проблем . . . . .</b>	<b>188</b>
16.1. Гарантии и ожидания заказчиков . . . . .	189
16.2. Проблемы с некачественным оборудованием . . . . .	190

16.3. Цель — успешная работа оборудования . . . . .	192
16.4. Методическое обеспечение . . . . .	194
16.5. Управление территорией . . . . .	194
16.6. Конфиденциальность. . . . .	195
16.7. Коммерческая принципиальность . . . . .	196
<b>Приложения . . . . .</b>	<b>199</b>
Приложение А. Вопросы и ответы . . . . .	201
А.1. Часто задаваемые вопросы о закупках . . . . .	201
А.2. Вопросы и ответы о новом оборудовании . . . . .	204
А.3. Вопросы и ответы о процессе продажи . . . . .	206
Приложение В. Памятки, рисунки и таблицы . . . . .	210
Список действий при закупке лабораторного оборудования . . . . .	211
Сравнение систем. . . . .	212
Оригинальная рабочая инструкция к изократической системе ВЭЖХ. . . . .	212
Переговоры о покупке при помощи вопросов КПДПСЕ. . . . .	214
Использование ААТ . . . . .	216
Законы продаж . . . . .	216
Приложение С. Словарь торговых терминов . . . . .	221
Приложение Д. Диагностика неполадок: первая помощь . . . . .	229
Д.1. Диагностика проблем покупки . . . . .	229
Д.2. Диагностика проблем продаж . . . . .	233
Приложение Е. ЛИТЕРАТУРА . . . . .	238